

## **ВПЛИВ SMM НА ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

**Поліщук М.М., Ульяновченко Н.В.**

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків*

На сьогоднішній день, одним із факторів, що впливають на підвищення прибутковості діяльності підприємства є ефективна організація маркетингу. Все популярнішою та актуальнішою стає реклама у соціальних мережах. Розробляючи маркетингову стратегію, підприємства вже не можуть ігнорувати нову Інтернет-реальність. У сучасних умовах все більше підприємств виділяють в окрему статтю витрати на маркетингові комунікації в соціальних мережах, та попри це спостерігається недостатність маркетингової комунікаційної активності підприємства в соціальних мережах.

Проблема просування підприємств у соціальних мережах на рівні торговельних підприємств ще не достатньо вивчена, тож вона потребує подальшої уваги як з боку науковців, які розробляють концептуальні положення функціонування торговельних підприємств в умовах конкуренції в Інтернет-середовищі, так і спеціалістів-практиків.

SMM (Social Media Marketing) — маркетинг в соціальних медіа — це просування товарів і послуг в соціальних мережах, які сприймаються маркетингом, як соціальні медіа. Маркетинг соціальних медіа є одним із ефективних інструментів, за допомогою якого відвідувачі залучаються на сайт з соціальних мереж, спільнот, блогів, щоденників і форумів. Соціальні медіа платформи це сучасний інструмент для взаємодії з цільовою аудиторією. Сьогодні аудиторія соціальних мереж порівнянна з аудиторією телевізійних телеканалів, тільки вона більш уважна і активна. SMM це безпосередня робота в громадах, які охоплюють цільову групу користувачів. Це інструменти прямої та прихованої взаємодії з цільовою аудиторією.

Маркетинг в соціальних медіа затребуваний як великими компаніями-лідерами ринку, так і компаніями малого та середнього бізнесу, які використовують SMM для власного просування і налагодження контакту зі своїми споживачами.

SMM не має миттєвого ефекту, але дає довгостроковий результат за умови його цільового та правильного використання. Його основною перевагою є мала вартість вкладень у порівнянні з можливим ефектом від проведених заходів.

Отже, SMM на сьогоднішній день, є дуже перспективним напрямом для підвищення впізнаваності бренду або продукту, ефективного використання реклами, тож при правильному підході до роботи з цим у довгостроковій перспективі можна досить суттєво зменшити витрати на маркетинг компанії, отримавши бажаний ефект, так як соціальні мережі – це потужний інструмент, що при грамотному підході здатен принести значно більше користі, аніж шкоди.